

## СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВА

*Вдовенко Є.В.*

*Науковий керівник – Волкова М.В., канд. екон. наук, доцент*

У сучасних умовах вироблення і реалізація стратегічних планів розвитку підприємства є одним із пріоритетних напрямків управлінської діяльності.

Термін "стратегічне управління" був уведений наприкінці 60-х початку - 70-х років для того, щоб відбивати відмінність управління, здійснюваного на вищому рівні, від поточного [оперативного] управління на рівні виробництва. Як провідна ідея, що відбиває сутність переходу до стратегічного управління від оперативного управління, з'явилася ідея необхідності переносу центра уваги вищого керівництва на оточення для того, щоб відповідним чином і вчасно реагувати на зміни, що відбуваються в ньому, вчасно відповідати на виклик, кинутий зовнішнім середовищем.

Проблема управління розвитком підприємства – складна та багатогранна, вона містить цілий спектр комплексних завдань, який зумовлює необхідність використання різноманіття підходів до їх вирішення.

Теорія та практика стратегічного управління довели необхідність побудови обґрунтованого «стратегічного набору», що може бути досягнє ним за умови виконання певних вимог.

Вимоги до стратегічного набору:

- орієнтація на досягнення реальних взаємопов'язаних цілей (виходячи з того, що стратегія — це спосіб досягнення цілі);
- ясність змісту та розуміння необхідності застосування певного набору (системи) стратегій;
- ієрархічний характер, оскільки можна виокремити загальну стратегію, продуктово-товарні стратегії окремих підрозділів, основні та забезпечуючі стратегії (ресурсні та функціональні) для кожного зі скалярних ланцюгів прийняття рішень;
- орієнтація на можливість деякої компенсації взаємопов'язаних стратегій одна одною, що обумовлене різними можливостями (наявністю певних обмежень) їх застосування на окремих проміжках часу;
- надійність, що передбачає його всебічну обґрунтованість, зваженість;
- відображення господарських процесів у їхній сукупності та взаємозв'язку;
- гнучкість і динамічність стратегічного набору, тобто врахування змін у зовнішньому та внутрішньому середовищі, що відбувається в

змінах у пріоритетах і змісті окремих стратегій, а також, у разі потреби, переході на резервні стратегії;

- баланс рівноваги між прибутковими та витратними стратегіями, основними та компенсаційними, резервними.

Для використання переваг від наявності «стратегічного набору» він має гнучко змінюватися у відповідних своїх складових при зміні умов функціонування підприємства.

Стратегічний набір має заповнити «стратегічну прогалину» підприємства, тобто забезпечити умови для його саморозвитку.

Щоб створити ефективний та досяжний стратегічний набір, кожну з його складових потрібно формувати із залученням відповідних фахівців, які знаходяться у тих підсистемах і підрозділах, що будуть розвиватися на основі обраних стратегій. У такий спосіб забезпечується ефективна координація різноспрямованих стратегій стратегічного набору та виконання дій, що зумовлені стратегічними планами, розробленими для реалізації стратегічного набору.

1. Гудзинський О.Д., Судомир С.М., Гуренко Т.О. Управління формуванням конкурентоспроможного потенціалу підприємств (теоретико- методологічний аспект): монографія. — К.: ІПК ДСЗУ, 2010. — 212 с.

2. Прийма Л.Р. Розвиток підприємства: теоретичні аспекти /Л.Р.Прийма, Н.І.Чухрай // Науковий вісник Херсонського державного університету. — 2016. — Вип.18. — ч.2. — С.74 – 77.

3. Сіренко Н.М. Управління стратегією інноваційного розвитку аграрного сектора економіки: [монографія]. — Миколаїв, 2010. — 416 с.

## **ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВА**

***Кірілов К.С.***

*Науковий керівник – Волкова М.В., канд. екон. наук, доцент*

У сучасних ринкових умовах господарювання все більшого значення набуває формування конкурентних переваг підприємства як основи забезпечення його конкурентоспроможності. Конкурентні переваги є запорукою набуття та утримання міцної конкурентної позиції підприємства у боротьбі за лідерство на ринку. Крім того, ними визначається характер конкурентної стратегії, що є значущим для комерційного успіху діяльності підприємства. Конкурентними перевагами вважається наявність конкурентноздатного потенціалу, ринкових можливостей підприємства та шляхів щодо їх ефективної реалізації.

Конкурентні переваги – це ті унікальні властивості та відмінні характеристики, що дозволяють підприємству реалізовувати його конкурентноздатний потенціал, набувати й утримувати вигідне ринкове становище та успішно функціонувати в умовах високої конкуренції.